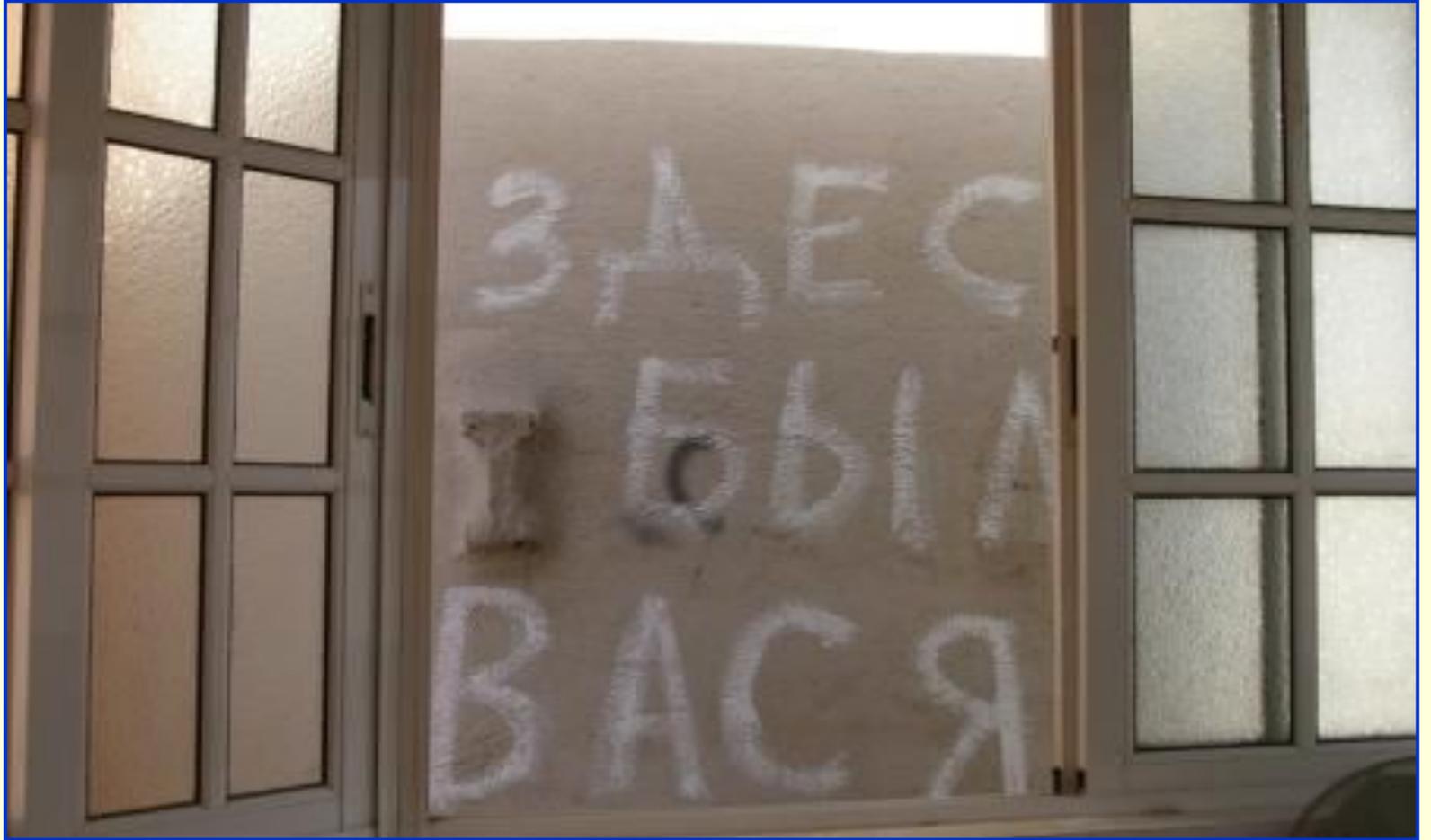


# ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

**Розанова Нина Николаевна**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры менеджмента СмолГУ

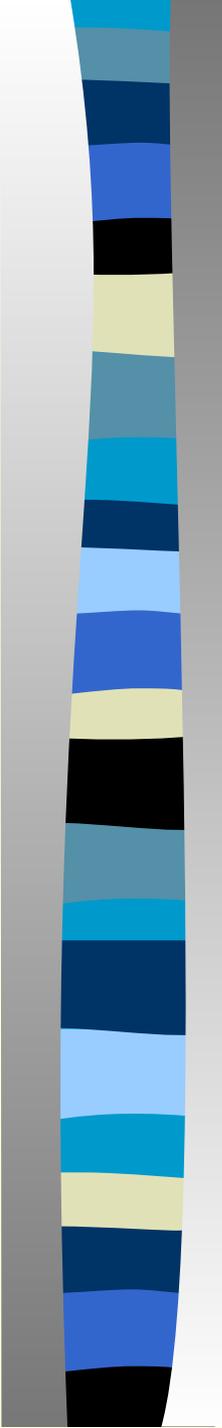






ЗДЕСЬ БЫЛ ВАСЯ.

теперь **ЭТО МЕСТО**  
**МОЖЕТЕ КУПИТЬ ВЫ**



**ЗДЕСЬ МОГЛА  
БЫ БЫТЬ ВАША  
РЕКЛАМА**

**К. Малевич**

# NIVEA

Gloker.org

BEAUTY IS A STATEMENT

NIVEA

FACE THE FUTURE  
WITH FIRMER SKIN

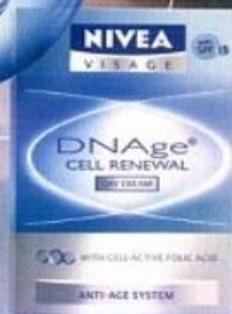
**NIVEA VISAGE® DNAGE CELL RENEWAL  
ENRICHED WITH FOLIC ACID**

An innovation in skincare, which boosts surface skin cell renewal leaving you with noticeably firmer looking skin.\*

[www.NIVEA.co.uk/dnage](http://www.NIVEA.co.uk/dnage)

\*On women agreed

© 2008 NIVEA. ALL RIGHTS RESERVED. CONTACT US ON 08454 481 834



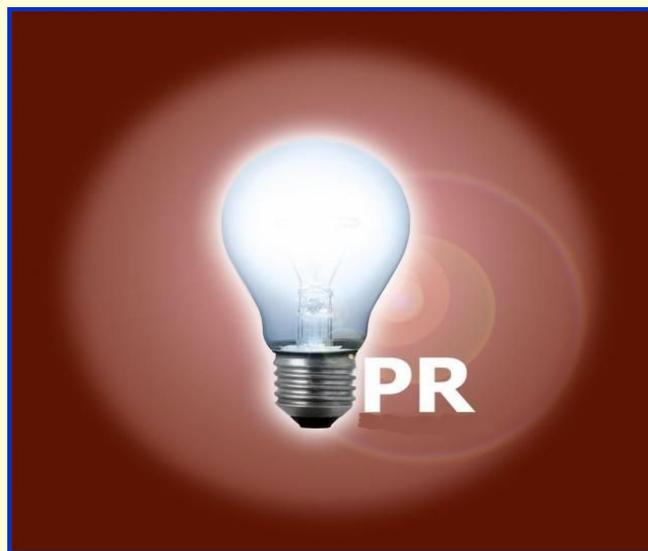


# Тема 1. Теоретические основы PR

- 1. Сущность и понятие PR.**
- 2. Виды PR.**
- 3. Структура PR-деятельности.**
- 4. Функции и принципы PR-деятельности.**
- 5. Базовые принципы PR.**
- 6. Современные тенденции развития PR.**

- **Public relations (PR)**
- **паблик рилейшнз (ПР)**

**СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

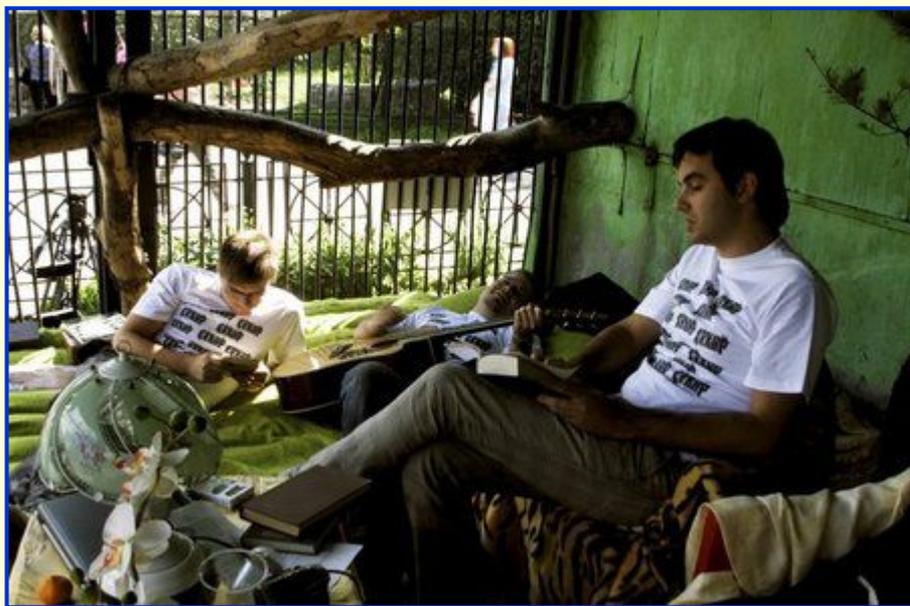


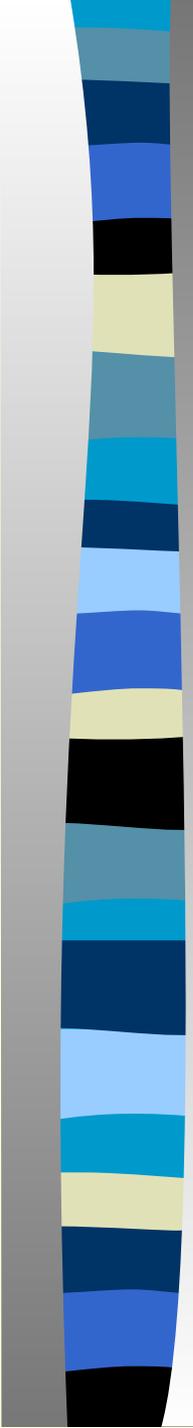
## Наиболее популярные понятия, применяемые при характеристике PR ведущими международными экспертами

|                      |    |                                 |    |
|----------------------|----|---------------------------------|----|
| Коммуникации         | 21 | Заинтересованные лица           | 11 |
| Взаимоотношения      | 21 | Среда                           | 11 |
| Общественность       | 20 | Честность / этичность           | 10 |
| Взаимопонимание      | 20 | Деятельность                    | 10 |
| Управление           | 18 | Общество                        | 9  |
| Общественное доверие | 16 | Информация                      | 8  |
| Организация          | 15 | Философия                       | 8  |
| Профессия            | 14 | Продвижение                     | 7  |
| Взаимовыгодное       | 14 | Информирование людей/общества   | 7  |
| Достижение согласия  | 12 | Предотвращение конфликтов       | 7  |
| Стратегия            | 12 | Создание общественной поддержки | 5  |

■ *PR – это (поддержание) взаимоотношений (с) общественностью (с помощью) коммуникаций (для) достижения взаимопонимания.*

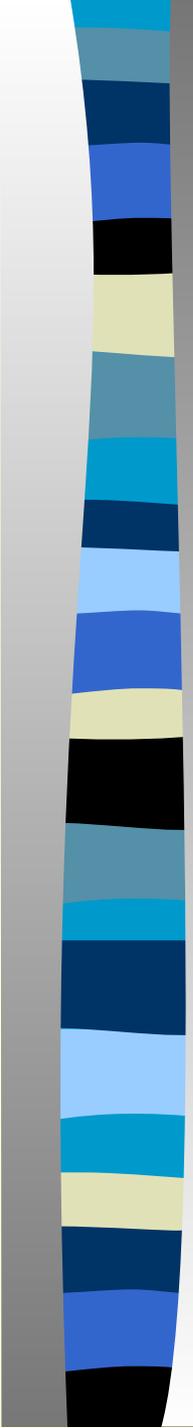
# PR-акция «Человек читающий» homo litteratus зоопарк Санкт-Петербурга, 2008 г.





# ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

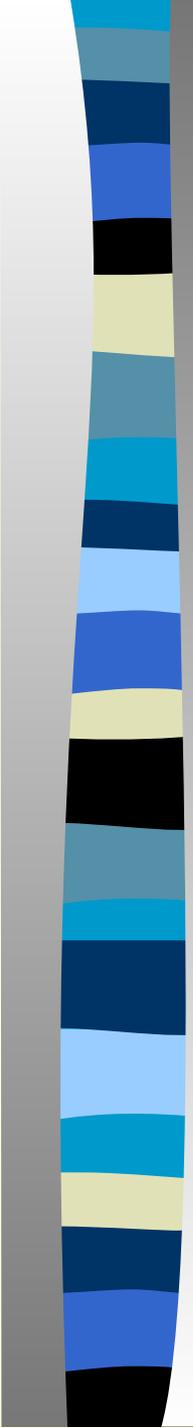
**наука и искусство, управленческая коммуникативная деятельность, направленная на формирование и поддержание гармоничных и взаимовыгодных отношений между субъектом (личность, организация, властная структура, регион, государство...) и общественностью на основе двустороннего информационного обмена**



# ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

**это управление восприятием целевых групп с помощью сознательного производства (интерпретации) посланий и размещения их в специально организованных коммуникационных каналах**

*А. Н. Чумиков*





■ **«Двое смотрят  
вниз.  
Один видит лужу,  
другой — звезды».**

**А. ДОВЖЕНКО**

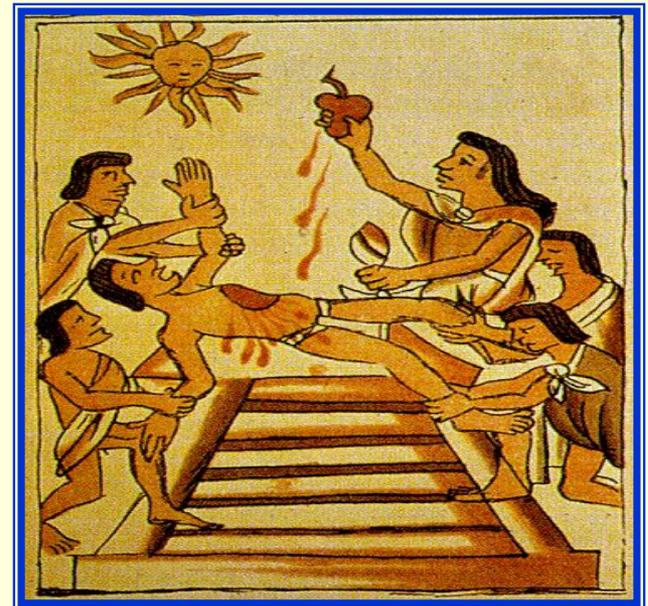
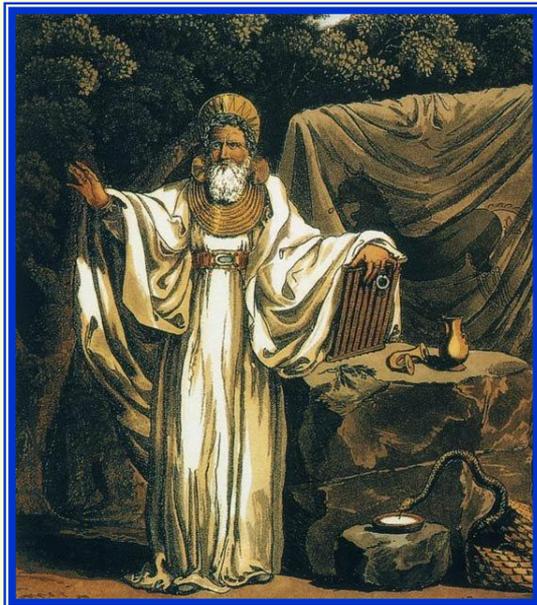
*Не нужно строить иллюзий – PR не идеален...*

*Но реальность многогранна.*

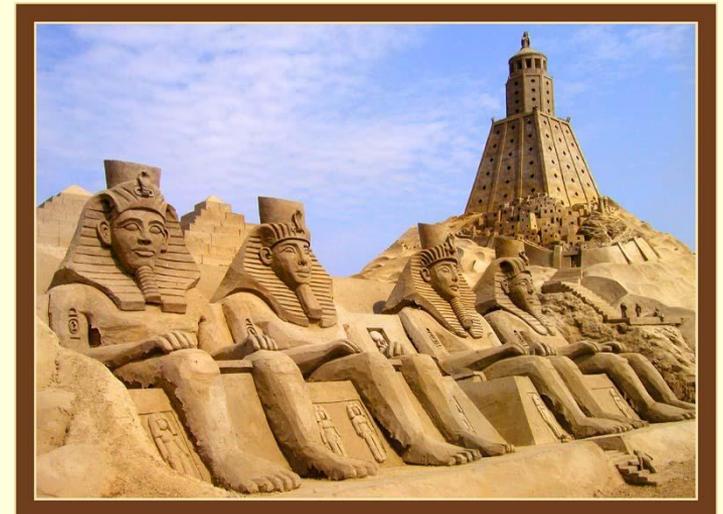
*Основной вопрос заключается в том, что именно мы ожидаем  
увидеть.*

*Задачей PR как раз и является демонстрация объекта  
нашей реальности нужной стороной и в нужное  
время. Однако не следует рассматривать PR как  
способ порождения и распространения ложных  
сведений о людях, событиях и организациях.*

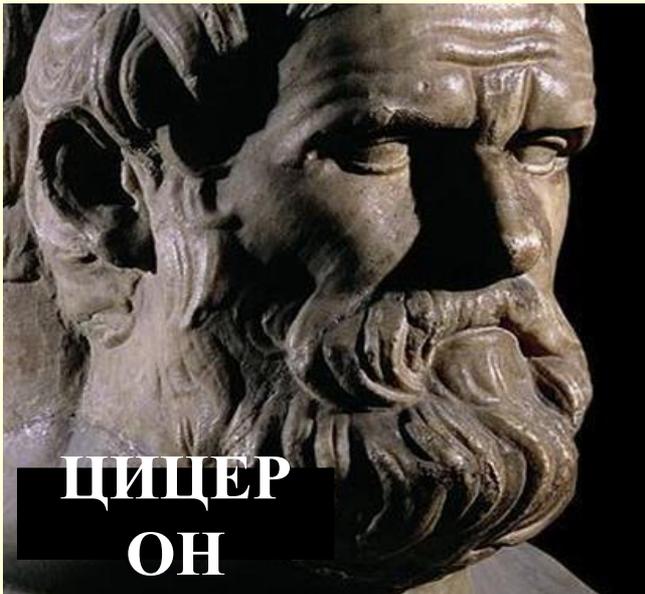
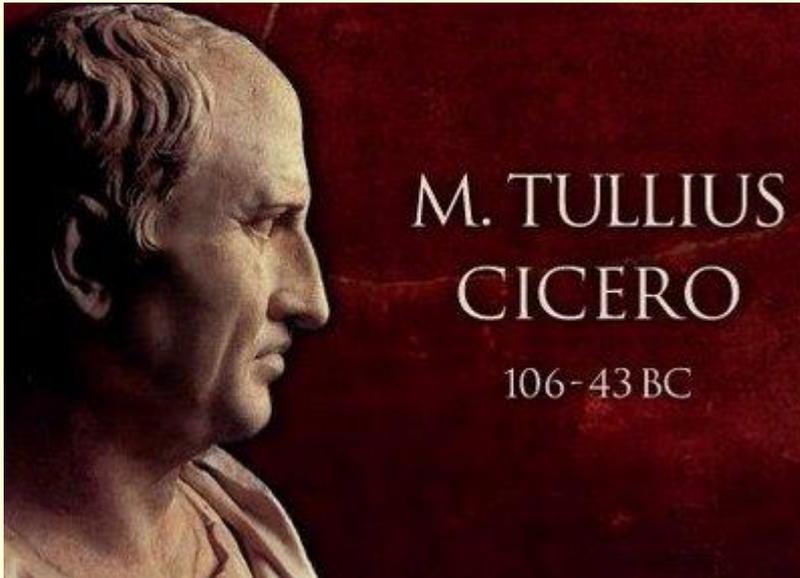
# Элементы PR в древности



# Элементы PR в древности

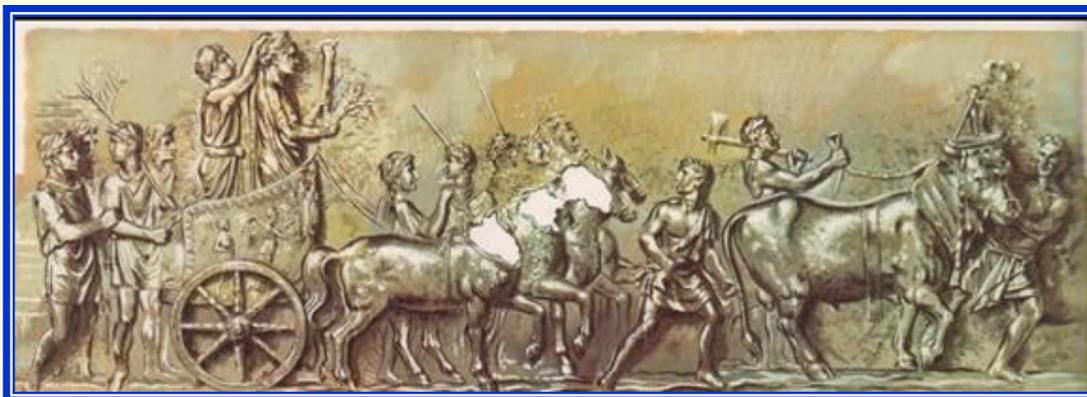


# ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО



**«*Vox populi —  
vox dei*»**

# ТРИУМФАЛЬНЫЕ ШЕСТВИЯ

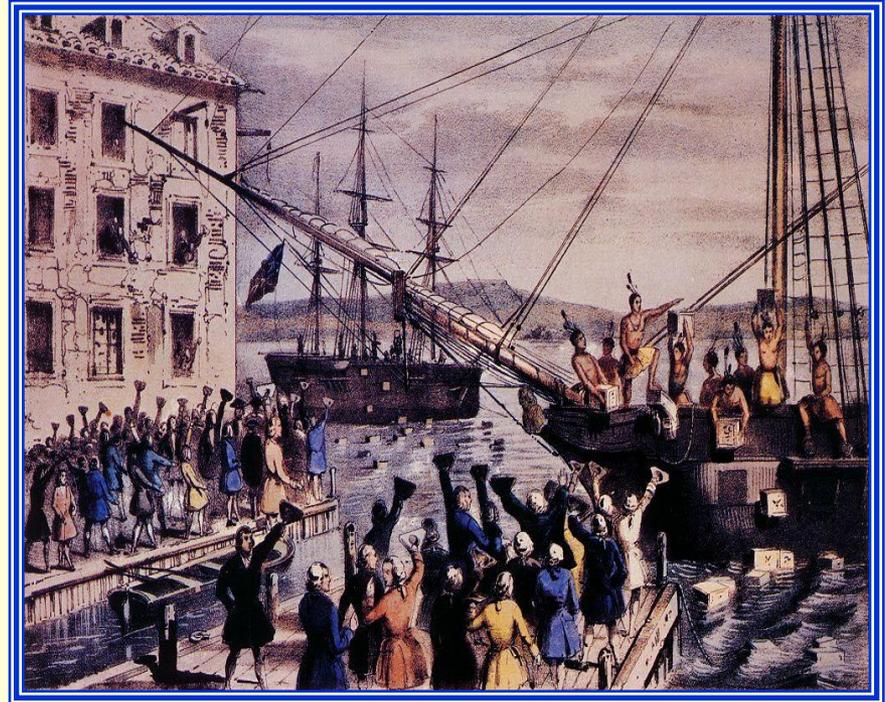


# СРЕДНЕВЕКОВЫЙ PR



# Основы профессионального ПР - XVIII в.

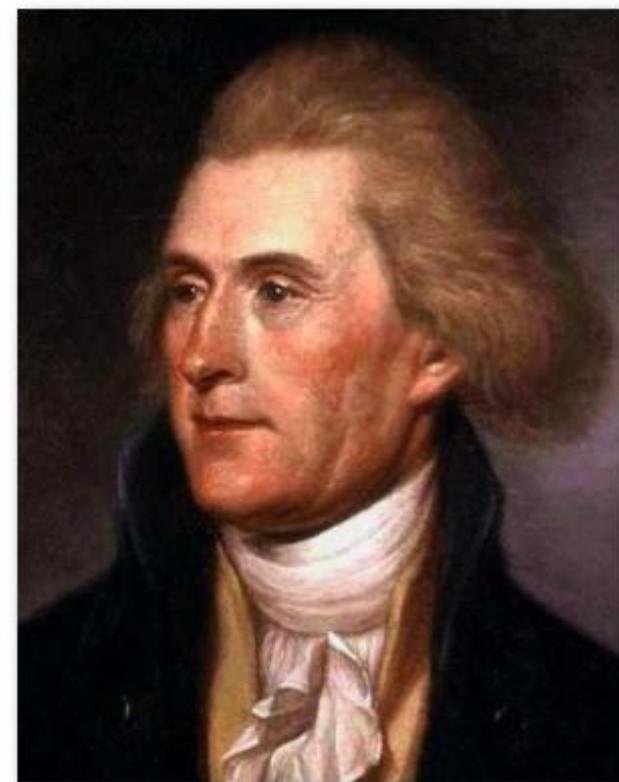
## ПР возникают в политической сфере



**США – родина современных ПР**  
**Война за независимость**

**Понятие ПР впервые употребил в 1807 г. президент США Томас Джефферсон (автор «Декларации независимости») в черновике своего «Седьмого обращения к Конгрессу»**

- Он вычеркнул выражение «состояние мысли» и заменил его на термин **паблик рилейшнз**, подразумевая людей, компетентных в управлении общественным мнением и усилия политических институтов для создания климата доверия в национальном масштабе



# АЙВИ ЛИ «отец» ПР



**«Декларация  
принципов»**



**Джон Рокфеллер**

# ЭДВАРД БЕРНЕЙЗ



- превращает  
ПР из  
ТЕХНОЛОГИИ И  
ПРАКТИКИ В  
науку

# МИРОВЫЕ ВОЙНЫ – ДВИГАТЕЛЬ ПР- ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

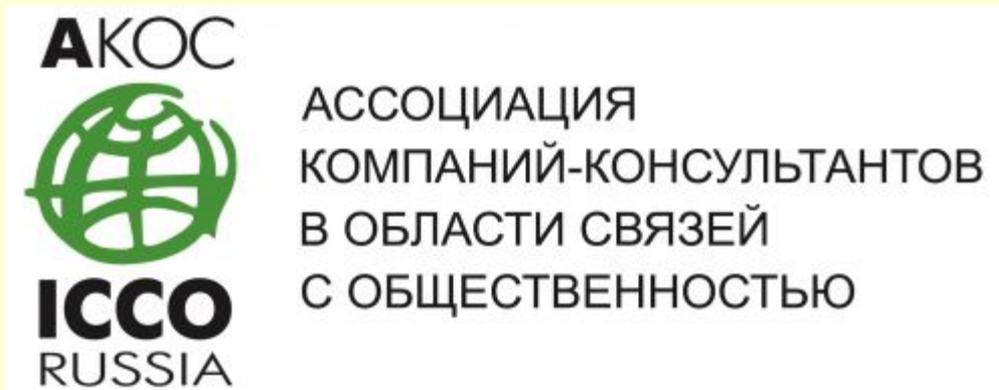


# ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПР



- Американское общество ПР – PRSA (1948 г.)
- Международная ассоциация паблик рилейшнз – IPRA (1955 г.)
- Европейская конфедерация по связям с общественностью – CERP (1959 г.)

# РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 1991г.



# 28 июля – День PR-специалиста



## ВИДЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- Корпоративные отношения (или создание и поддержание корпоративного имиджа) - имиджевый PR - **corporate relations;**
- создание позитивного публичного имиджа личности - **image making;**



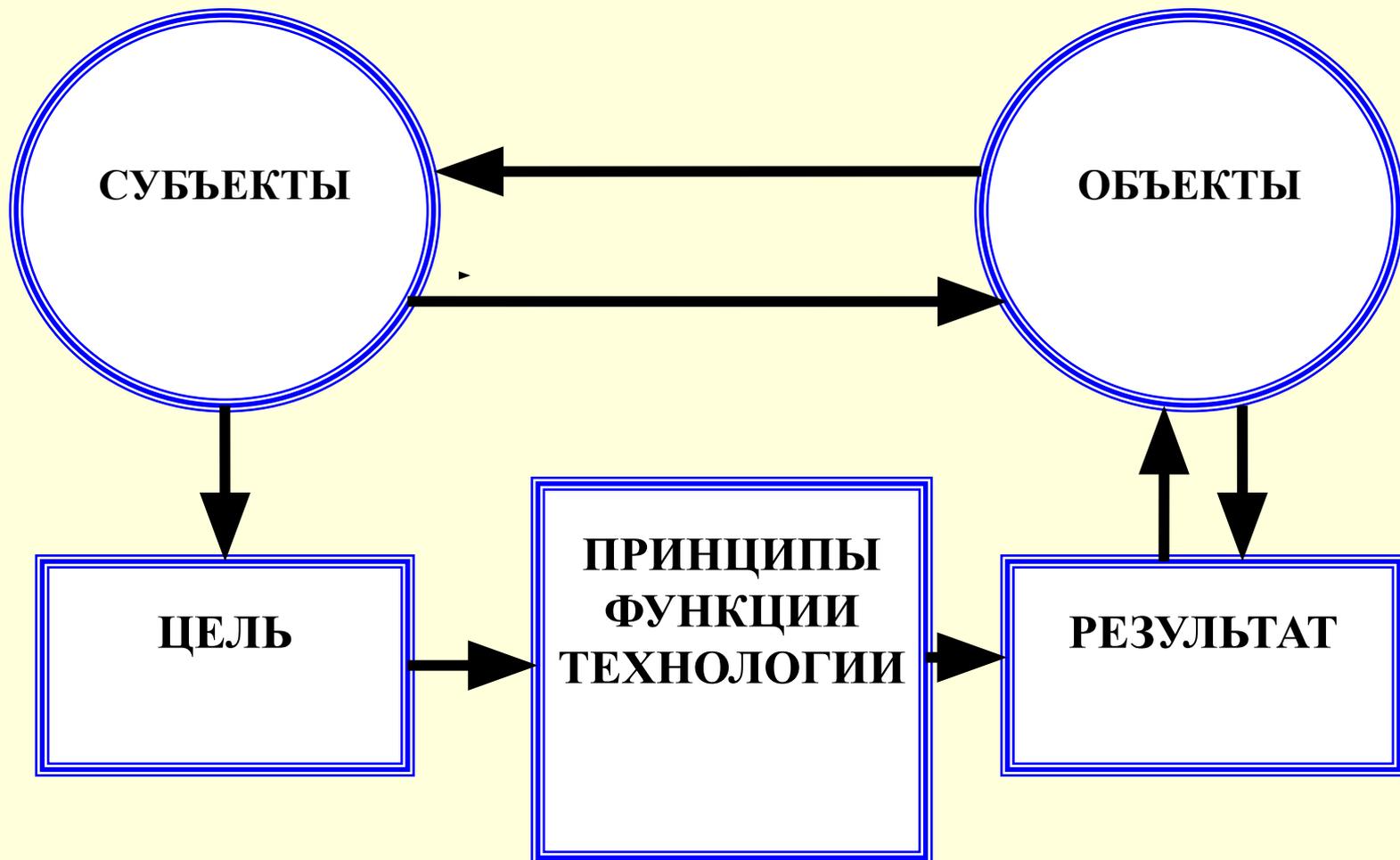
## ВИДЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

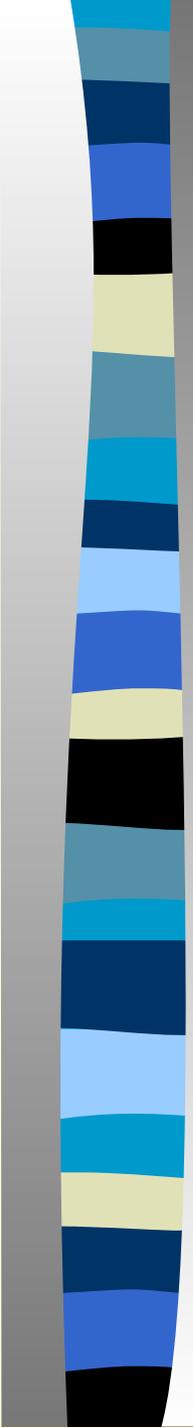
- **связи с общественностью в органах власти - government relations - GR;**
- **построение отношений со СМИ - media relations;**
- **PR в политической сфере, избирательный PR - political PR, election PR**
- **использование PR в Интернете - E-PR;**
- **организация и проведение специальных мероприятий – special events - Event-PR.**

## ВИДЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- **внутрикорпоративный PR** - формирование системы эффективных коммуникаций внутри организации - **employee communications;**
- **использование PR для предотвращения кризисов и выхода из них** - **crisis PR;**
- **PR в социальной сфере, работа с общественными организациями** - **social PR;**
- **отношения с потребителями товаров или услуг** - **consumer relations;**
- **работа, связанная с финансовыми аспектами акционерных обществ, по закреплению отношений с акционерами и привлечению новых** - **financial PR;**
- **создание благоприятных взаимоотношений с инвесторами, привлечение новых** - **investor relations.**

# Структура **PR**-деятельности



- 
- **Базисные субъекты:** заказчики PR-, рекламы; те, в чью пользу осуществляется PR-, рекламная деятельность
  - **Технологические субъекты** - те, кто непосредственно занимается организацией и проведением PR- и рекламных кампаний; те, кто «делает» PR, рекламу
  - **Объекты:** – общественность, общественное мнение



**21 декабря 2010 г. PR-акция студентов г.УХТЫ.**

**Цель - привлечь внимание администрации города и СМИ к проблеме недостаточной освещенности в городе.**

**Поэтому акция получила название «Пусть каждый улыбнется».**

# ОБЩИЕ (СТРАТЕГИЧЕСКИЕ) ЦЕЛИ PR

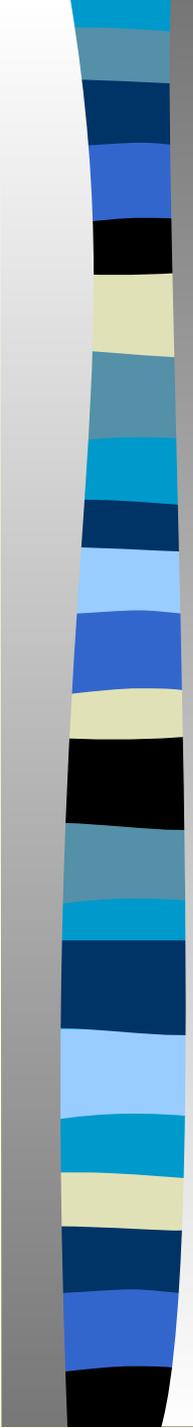
- **Формирование системы коммуникаций субъекта с его общественностью**
- **Оптимизация взаимодействия со значимыми для базисного субъекта сегментами среды**



## ЗАДАЧИ PR

- **Создание благоприятных условий для деятельности субъекта управления путем конструирования в массовом сознании его привлекательного имиджа. Репутация. Бренд.**
- **Укрепление авторитета менеджмента.**
- **Расширение числа сторонников той или иной программы, проекта.**
- **Влияние на конкурентов, а также на противников в различных конфликтах.**
- **Оказание воздействия на лиц, принимающих социально-экономические и политические решения.**
- **Мобилизация групп общественности для поддержки тех или иных начинаний.**





# Цели PR (И. Викентьев)

- **ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ** PR-объекта;
- **ВОЗВЫШЕНИЕ** имиджа (или "управление репутацией");
- **АНТИРЕКЛАМА** (или снижение имиджа, "черный PR");
- **ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ;**
- **КОНТРРЕКЛАМА** (или "отмыв").

## **PR-АКЦИЯ «ВОЗЬМИТЕ ДЕНЬГИ!» (КАНАДА)**

**Продвижение защитной пленки для стекол Scotchshield.  
На улицах установлены 3 прозрачных «сейфа», с применением  
«противовандальной» пленки Scotchshield. В каждой витрине  
лежало по 1 млн. канадских долларов и надпись:  
*"Реклама сверхпрочного стекла! Деньги - настоящие!"  
Кто разобьет - тот и заберет.***



A hand-drawn sign on a brick wall. The sign is rectangular with a white background and a dark border. The text is written in various colors: black, blue, green, pink, and light blue. The sign is placed in front of a window with ornate metal bars. The wall is made of red bricks.

**САДИСТЫ**

**И**

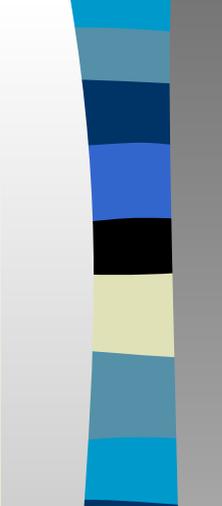
**ОГОРОДНИКИ**

**ДЛЯ ВАС**

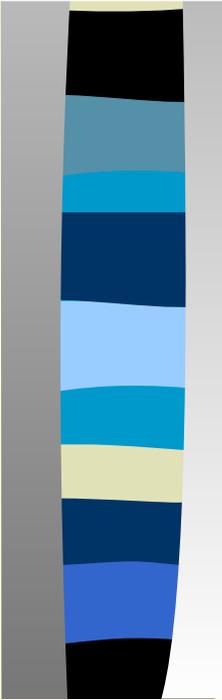
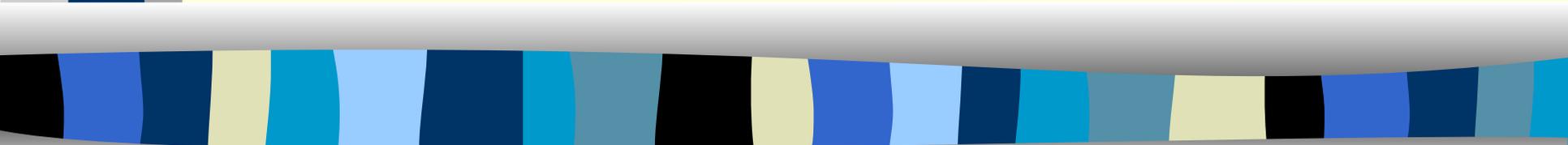
**В ПОДВАЛЕ**

**ПОЛИЭТИЛЕН**

**САДАТЫ**

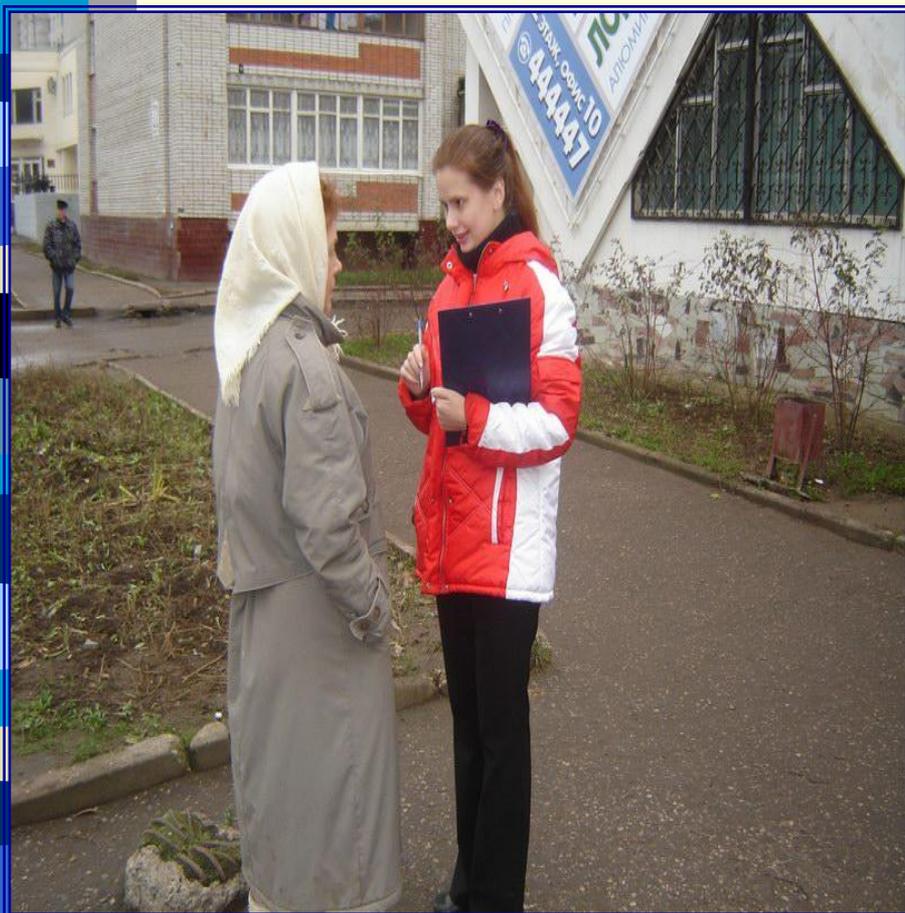


**PR- и рекламные  
технологии  
(инструменты)**



# I. По направленности информации

**Технологии исследования  
общественного мнения**



**Технологии воздействия на  
общественность**



## II. По характеру источника информации

### ПИСЬМЕННЫЕ PR-технологии

- обращения
- заявления
- приглашения
- деловые и информационные письма
- листовки
- пресс-релизы
- байлайнеры (by liner)
- кейс-стори, фичер
- бэкграундер
- обзорные, аналитические, имиджевые статьи;
- медиа-кит (пресс-кит)
- буклеты и т.д.

### УСТНЫЕ PR-технологии

- ❖ выставки,
- ❖ презентации
- ❖ ярмарки,
- ❖ конкурсы, викторины
- ❖ пресс-конференции, брифинги
- ❖ выступления, доклады перед аудиторией, дискуссии
- ❖ дни открытых дверей, экскурсии, пресс-туры;
- ❖ выступления по ТВ и радио
- ❖ специальные события
- ❖ маркетинговые технологии
- ❖ креативные технологии (тизер, флешмоб и др.)

# Интернет ТЕХНОЛОГИИ

# BLOGGIN

## SSM social media marketing

Яндекс ипотека

Нашлось 27 млн страниц

в найденном в Москве расширенный поиск

Вебде Новости Маркет Карты Словари Блоги Картинки Все службы...

**Доступная ипотека**  
7 кредитных программ: от комнаты до коттеджа!  
www.gosevobank.ru - Москва

**Ипотека под 9% до 30 лет**  
Минимальная процентная ставка 9%, до 30 лет. Решение по ипотеке за 1 час!  
app.demoneu.ru - Москва

**РЕКЛАМНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ**

1. Pro-Credit.Ru - ипотека, ипотечный кредит, кредиты бизнесу...  
Подписываете ипотеку в Москве или в другом городе? Здесь Вы найдете программы ипотеки во всех занимающихся ипотекой банках, выберите ипотеку без первоначального взноса и получите ипотеку!

2. РайффайзенБанк - Ипотека, автокредит, потребительские...  
Ипотека - наш конек!  
WWW.RAIFFEISEN.RU - 23 KB

3. Ипотека Ипотечное кредитование. Квартира в кредит...  
Многим будет полезна информация о том, как соотносится ипотека и дети, что дает ипотека молодым и что такое социальная ипотека. Еще вопросы: как оформляются налоговые вычеты ипотеки, что "светит", если ипотека - не первый кредит, что произойдет в случае банкротства ипотечного...

**МЕДИЦИННАЯ РЕКЛАМА**

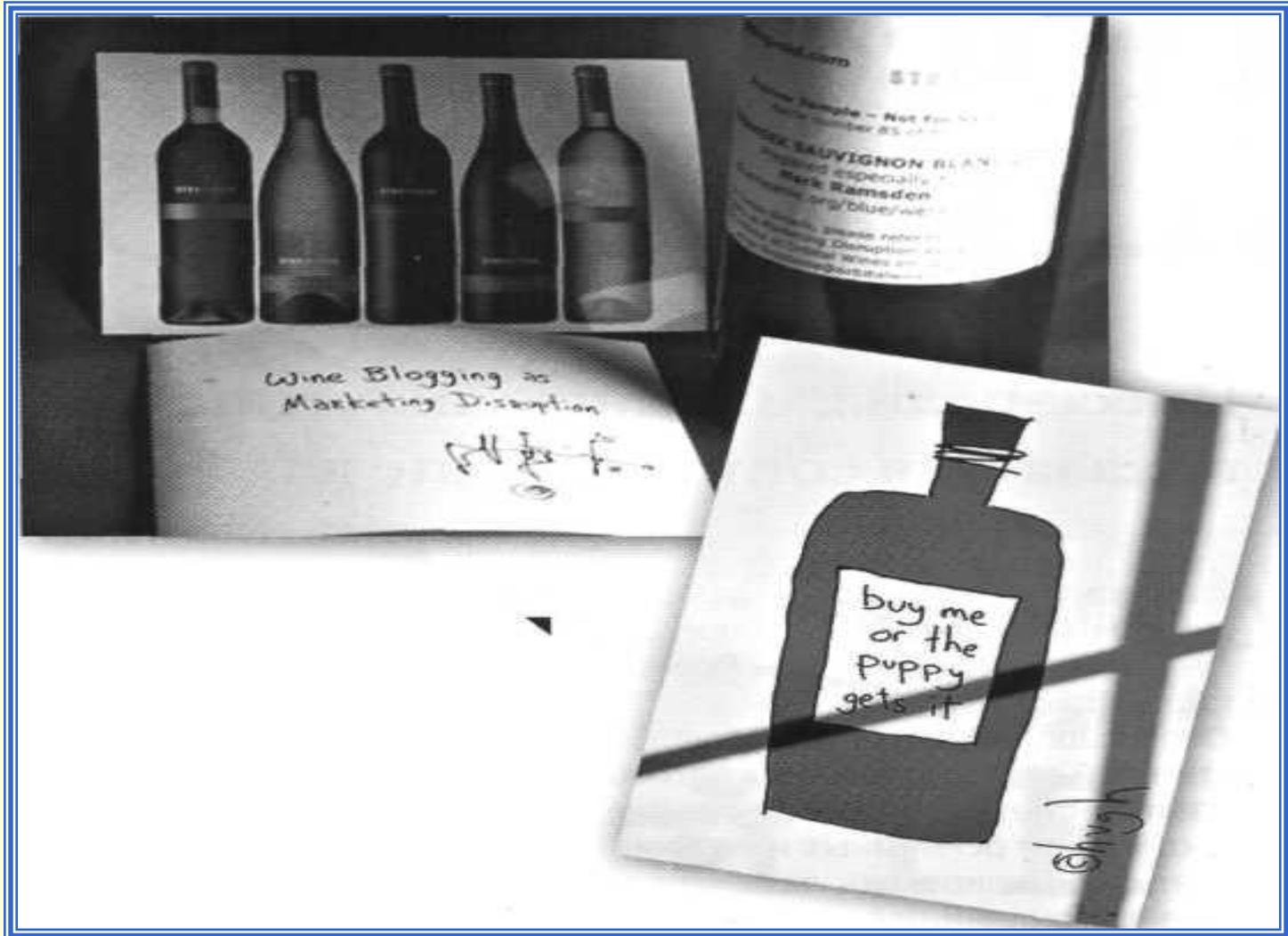
Ипотека на вторичное жилье  
Ставки кредита от 8.75% в долл и от 11.75% в руб. по акции на сайте.  
Бизнес и телефон  
www.spoteka-tut.ru - Москва

Альфа-Ипотека. Снизьте ставки  
Уменьшение ставок - в ваших руках! Одобрение за 2 дня!  
ипотека.alfabank.ru - Москва

Ипотека - выбирайте правильно:  
сниженные ставки, без первого взноса, новостройки, вторичка или коттедж  
www.absolutbank.ru - Москва



**Вино и забавная брошюра были отосланы в подарок  
100 самым лучшим британским блоггерам.  
Результаты не заставили себя ждать...**



# Размещение SMM

## 1 СПОСОБ

- ***Шаг 1.*** Заключаете договор с администрацией ресурса на предоставление рекламных площадей
- ***Шаг 2.*** Размещаете стандартные баннеры в интересующих местах (где реклама определенного товара или услуги будет смотреться наиболее органично и принесет наибольшую отдачу от размещения)

- Моя Страница ред.
- Мои Друзья
- Мои Фотографии
- Мои Видеозаписи
- Мои Аудиозаписи
- Мои Сообщения
- Мои Заметки
- Мои Группы
- Мои Встречи
- Мои Новости
- Мои Настройки

- Приложения
- Объявления

Бензин АИ-92 за 60 тенге!

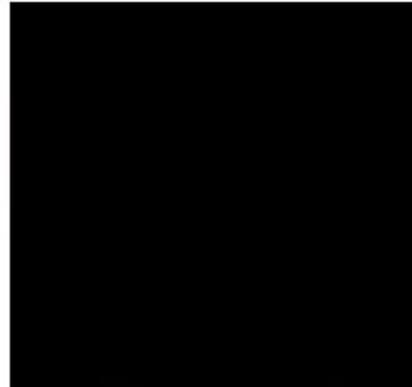
Видеозапись



Vip - копии часов Rado  
vipclub.kz

Федор (это Вы)

Online



Федор  
изменить статус

скрыть подробную информацию

День рождения: 18 апреля 1985 г.  
Родной город: Алматы  
Семейное положение: женат

Контактная информация Редактировать

Город: Алматы

Убеждения Редактировать

Полит. взгляды: Либеральные  
Религ. взгляды: 100 % атеист

Редактировать страницу  
Изменить фотографию

40%

- Добавить контакты +
- Указать школу +20%
- Добавить места +10%
- Заполнить увлечения +10%

Друзья обновления  
2 друга Все

# Таргетированная реклама

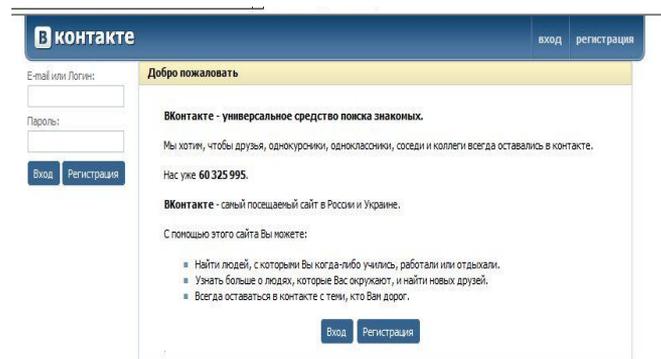
вуз: казгпн, аль-фараб (сыкт. казгпн, киров) '06  
Факультет: Международных отношений  
Кафедра: Мировой экономики  
Форма обучения: Дневное отделение  
Статус: Выпускник (бакалавр)

Военная служба Редактировать

Войсковая часть: 12погранзаста Сартовальский ПО  
Россия, 2003-2005 гг.

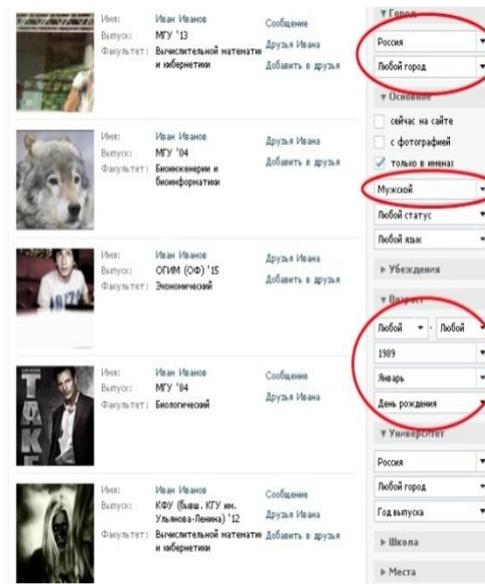
# 2 СПОСОБ – СКРЫТАЯ РЕКЛАМА

**Шаг 1. создаёте несколько аккаунтов на сайте (до десяти штук)**

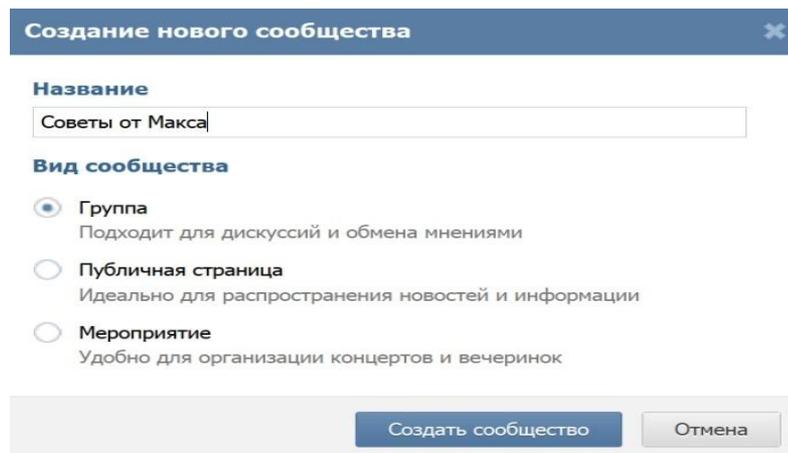


ВКонтакте © 2006-2010 Русский Украинский Белорусский (тарашкевица) English Српски Мађарски Azərbaycanca все языки »

**Шаг 2. активно ищите друзей, собираете аудиторию (30-50 тыс. пользователей)**



## Шаг 3. создаёте сообщества или группы



Создание нового сообщества

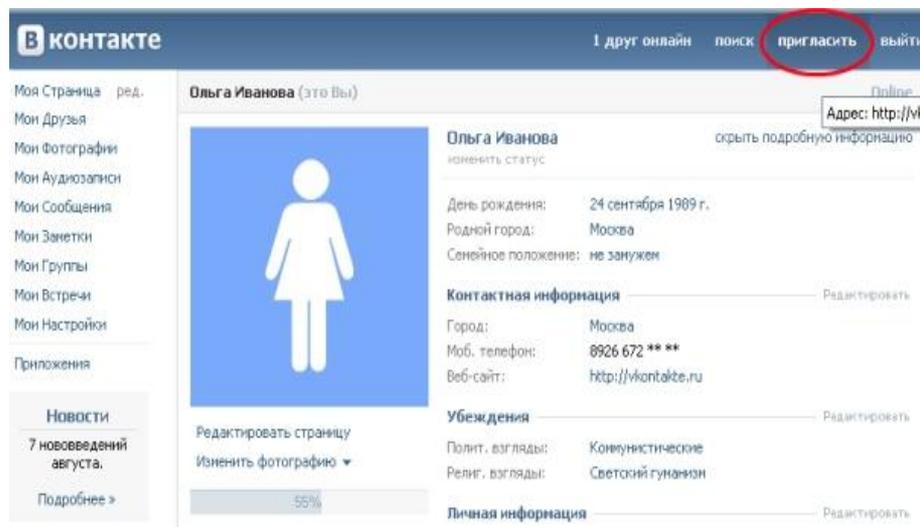
**Название**  
Советы от Макса

**Вид сообщества**

- Группа**  
Подходит для дискуссий и обмена мнениями
- Публичная страница**  
Идеально для распространения новостей и информации
- Мероприятие**  
Удобно для организации концертов и вечеринок

Создать сообщество Отмена

## Шаг 4. управляете созданной группой людей по вашему усмотрению



В КОНТАКТЕ

1 друг онлайн поиск **пригласить** выйти

Моя Страница ред.  
Мои Друзья  
Мои Фотографии  
Мои Аудиозаписи  
Мои Сообщения  
Мои Заметки  
Мои Группы  
Мои Встречи  
Мои Настройки

Приложения

Новости  
7 нововведений августа.  
Подробнее >

Ольга Иванова (это Вы) Online

Адрес: http://vk

скрыть подробную информацию

Ольга Иванова  
изменить статус

День рождения: 24 сентября 1989 г.  
Родной город: Москва  
Семейное положение: не замужем

**Контактная информация** — Редактировать

Город: Москва  
Моб. телефон: 8926 672 \*\*\*  
Веб-сайт: http://vkontakte.ru

**Убеждения** — Редактировать

Полит. взгляды: Коммунистические  
Религ. взгляды: Светский гуманизм

**Личная информация** — Редактировать

Редактировать страницу  
Изменить фотографию ▾

55%

### III. По способу взаимодействия субъекта и объекта

- **ATL** – above the line (англ. «над чертой»).
- Косвенное взаимодействие (СМК, наружная реклама, реклама на транспорте и т.д.).

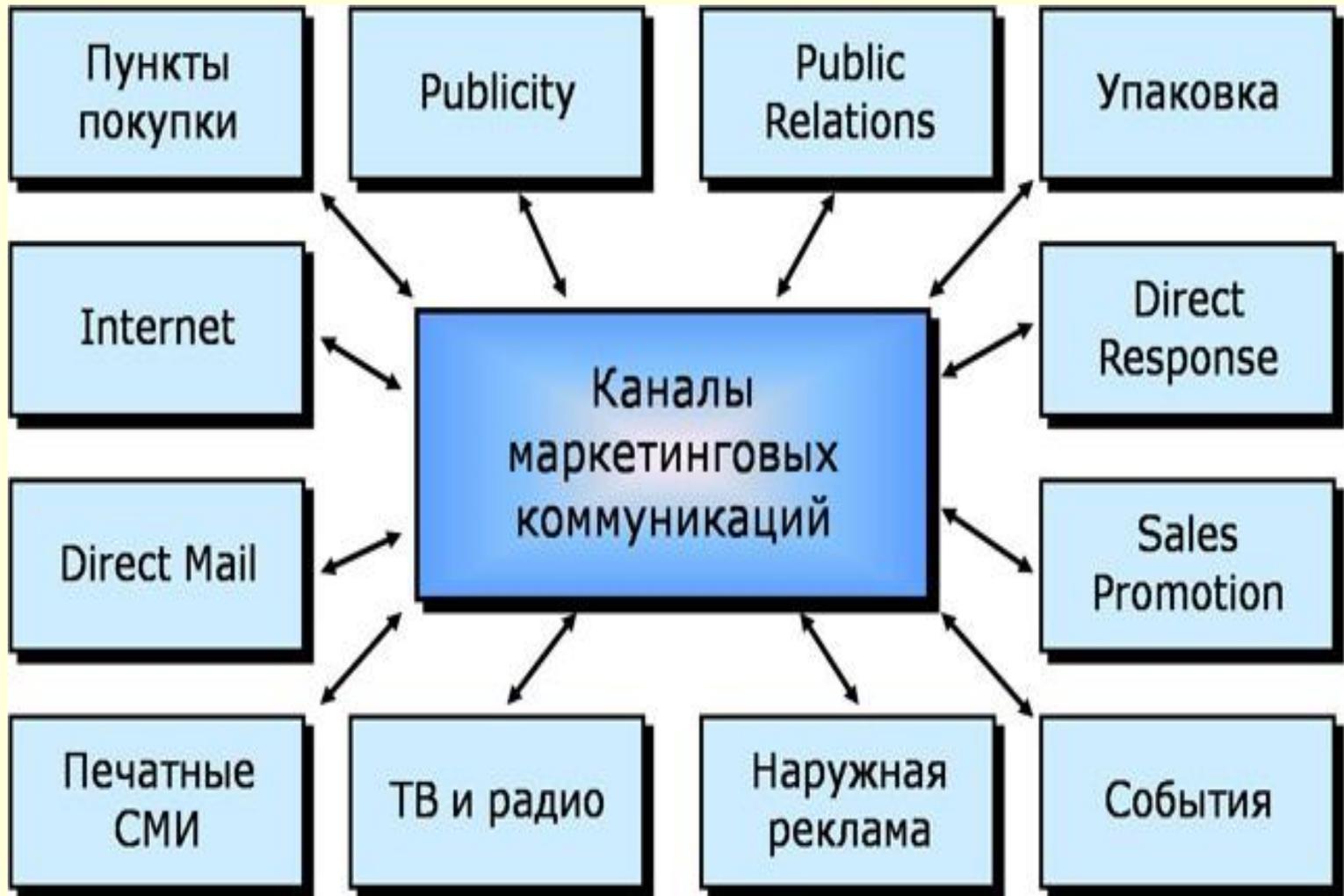
- **BTL** – below the line («под чертой»).  
Прямое взаимодействие.  
Оригинальность.

Многие специалисты большинство видов **BTL** объединяют в три большие группы:

- ***Стимулирование сбыта, ориентированное на конечного потребителя (sales promotion или consumer promotion)***: лотереи, розыгрыши, дегустация, семплинг, подарок за покупку, специальные предложения, системы бонусов, телемагазин, e-mail и SMS-рассылка, рассылка каталогов, Direct-mail, Call-центры, телефонный маркетинг, Интернет-промоушн, консультации, презентации, спонсорство, брендинг.
- ***Стимулирование сбыта, ориентированное на товаропроводящую сеть (trade promotion)***: мерчендайзинг, система бонусов, презентаций, консультаций, но уже для работников торговой сети.
- ***Событийный маркетинг (event marketing)*** – организация вовлекающего и развлекающего действия в соответствии с тематикой.

# ИМК

## интегрированные маркетинговые коммуникации



# НОВЕЙШИЕ PR-технологии

## Цели:

- Создание информационных поводов для СМК (традиционная)
- Запуск слухов и обсуждений (!)

**ОСОБЕННОСТЬ** - в отличие от классических СМК, где есть один общий источник информации, который воспринимают все, здесь **КАЖДЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ – ЭТО ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ**, который может распространять сообщение дальше через свое личное медиа (например, через свой блог, общение с друзьями, социальные сети).

Основная задача – создать очень релевантный контент (приоритетное для участников содержание), который интересен конкретной целевой аудитории.

**Кампания будет успешной**, если удастся активировать пользователя, то есть вовлечь, вдохновить его так, чтобы он захотел рассказать об этом друзьям, написать об этом в своем блоге, и т.п.

# Teaser

коммуникация, основанная на использовании завязки - «дразнилки» (например, интригующая фраза или картинка), смысл которой раскрывается лишь спустя некоторое время

## *Этапы тизерной кампании:*

- **начальный** - появление «приманки» — короткого сообщения, как предвестника основной PR-кампании, содержащего только часть информации с целью возбуждения интереса и привлечение внимания.
- **заключительный** - «катарсис», или эмоциональная разрядка, то есть объяснение и создание связей тизера с определенным рекламируемым продуктом, услугой







# ПРОПАЛА СОБАКА!

---



---

## ОСОБЫЕ ПРИМЕТЫ

Оранжевый комбинезон  
Добрые глаза  
Откликается на кличку  
«Связной»

КТО ВИДЕЛ, КТО ЗНАЕТ  
СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ  
ПО ТЕЛЕФОНУ



## «Партизанский маркетинг» (*guerrilla marketing*) Д.К. Левинсон, 1983 г.

*Новый способ выживания для небольших фирм, соревнующихся с крупными компаниями - использование нетрадиционных ходов для получения максимальных результатов с минимальными затратами.*

- Любые маркетинговые мероприятия, выходящие за рамки общепринятых способов продвижения товаров и услуг
- **Главная цель** - в создании иных, чем обычно, мотивов совершения покупки: не заставить покупателя осознать какую-либо проблему, а затем предложить способ ее решения (рациональный подход), а испытать сильные эмоции, под влиянием которых покупка совершается спонтанно.

*Преимущество - в отличие от прямой рекламы, открыто ничего не навязывают покупателю и потому не вызывают у него сопротивления, следовательно, позволяют воздействовать более эффективно.*

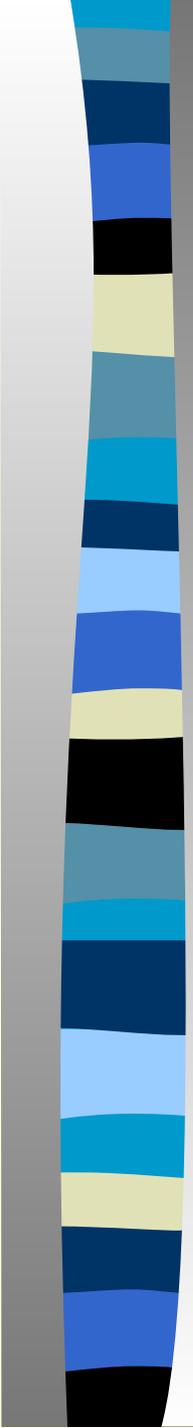
# Основные приемы партизанского маркетинга

- **шоковый (или эпатажный) маркетинг**
- **life placement («размещение в жизни»):** создание в жизни потребителей скрытых театральных спектаклей, способствующих продажам товара (например, «агенты» компании появляются в людных местах и рассуждают о преимуществах ее продукции)
- **WOM- word of mouth- вирусный маркетинг,** когда информацию о продукте распространяют сами потребители или же подсадные утки (маркетинг из «уст в уста», «сарафанное радио»)

# Ореховый беспредел (Москва, 2006 г.)





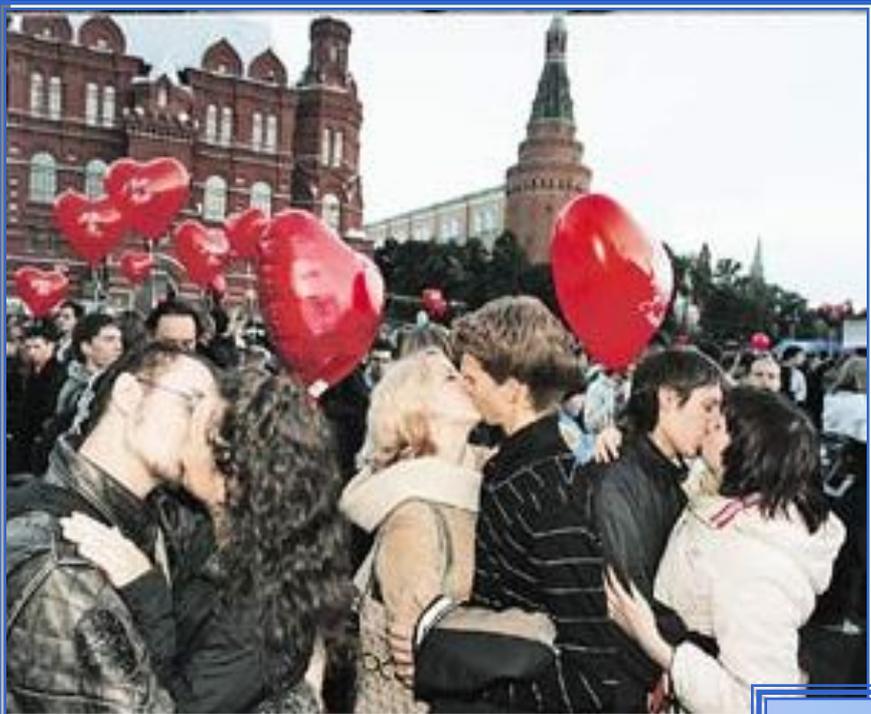


## ФЛЕШМОБ

(от англ. *flash mob* — «мгновенная толпа», «*flash*» – вспышка, «*mob* – толпа)

заранее спланированная массовая акция, организованная через современные быстродействующие средства коммуникации (в основном через Интернет), в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия (чаще всего абсурдного характера), называемые сценарием, и затем быстро расходится

# ПЕРВЫЕ ФЛЕШИМОБЫ В МОСКВЕ



# Опрос на сайте сайте «BBC News Россия»

## РЕЗУЛЬТАТЫ

Вы пьете одеколон, антифриз  
или моющие средства?

**Регулярно**

 88.87%

**Крайне редко**

0.59%

**Никогда**

 6.68%

**Я вообще не пью**

 3.86%

**1528 проголосовавших**

Данное голосование не является  
официальным опросом

# ФЛЕШМОБ «ЧИТАЮЩАЯ МОЛОДЕЖЬ»

## Don't look bag устроил флешмоб в метро



# Челябинск улыбается миру 2008 г.



- **ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОРОДА**
- **ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА РЯДА СУБЪЕКТОВ (ОРГАНИЗАТОРОВ)**

# Cosmopolitan

провоцирует по-мужски

Москва 2006 г.



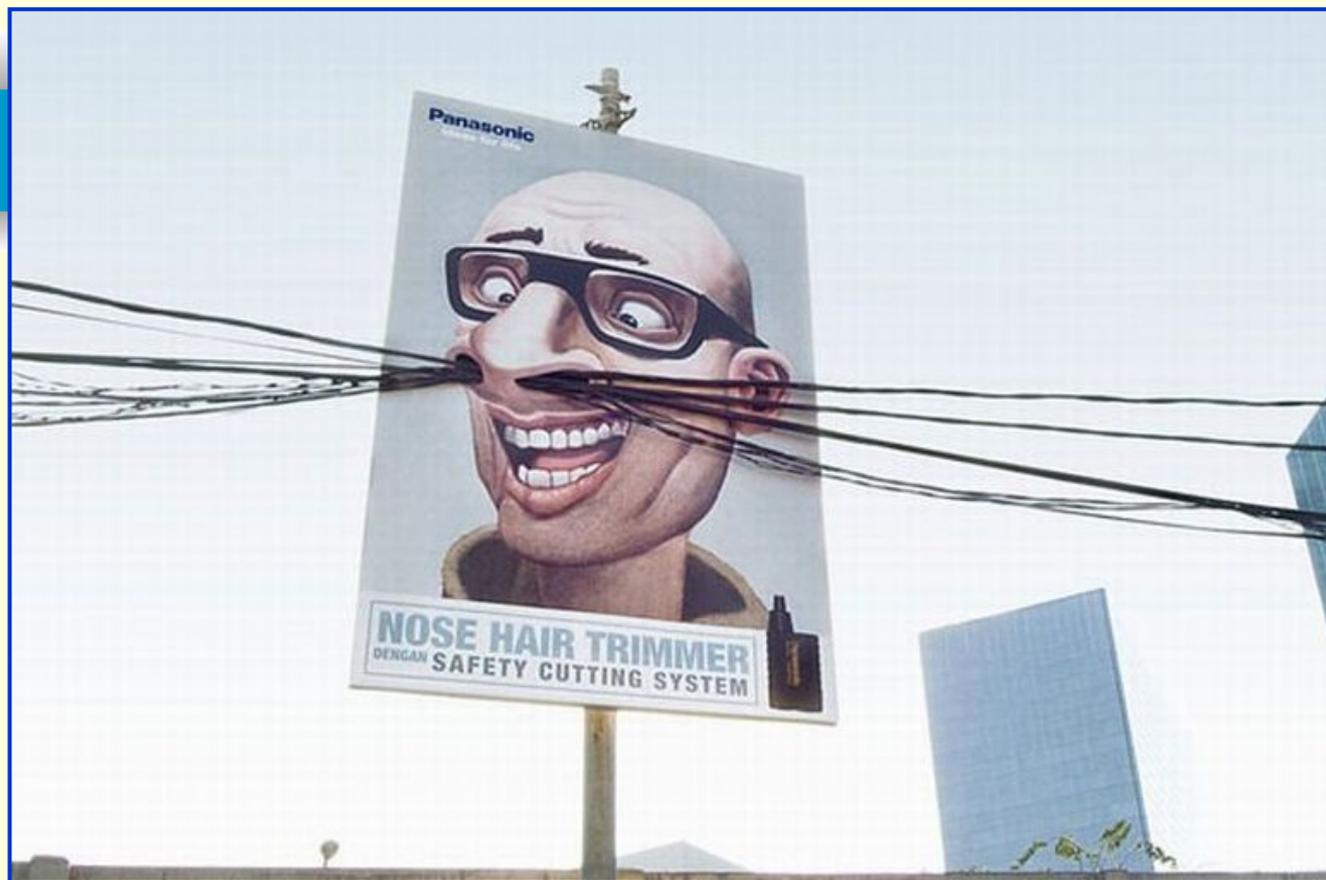
# Ice Bucket Challenge

**Цель кампании - привлечь внимания к лечению больных с боковым амиотрофическим склерозом**



**Марк Цукерберг (генеральный директор Facebook)**

# НЕСТАНДАРТНЫЕ ОБЪЕКТЫ РАЗМЕЩЕНИЯ PR и РЕКЛАМЫ



# РЕКЛАМА СРЕДСТВА ОТ БЛОХ





КАМНЕОБРАБАТЫВАЮЩАЯ КОМПАНИЯ

© (343) 347-44-39. 378-21-46



ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПАМЯТНИКОВ

*Курите!*

*Мы Васждеждем!*

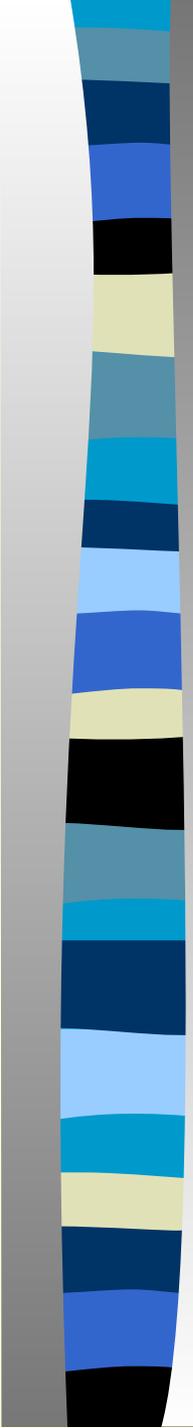


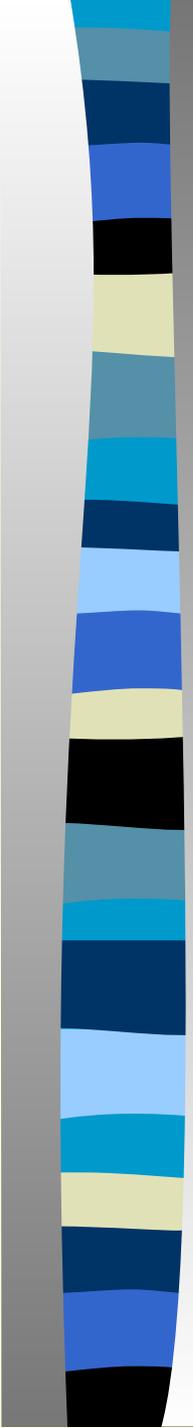






In an effort to push Havaianas' floral-print flip-flops, flower-bed installations were planted in locations where they were sold. They also served to remind people of Havaianas' unique aesthetic of color, design, and the brand's connection to nature and the outdoors.







## "WOMEN FOR SALE" STORE

A concept store that sells real live women in the middle of one of the busiest shopping centers in Tel Aviv

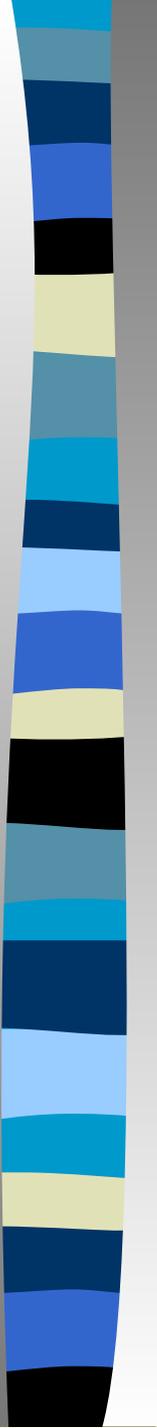
An installation for The Task Force on Human Trafficking draws attention to the problem of women trafficking. Part of the campaign was a petition calling to adopt a law proposal by which consumption of sexual services is a criminal offense.

Real women were put on display with price tags and details including their name, height, weight and measures.

Human Trafficking is the second biggest organized crime in the world. Around 2 million people are involved in human trafficking every year, the vast majority of them women and girls.

The installation aroused huge amount of publicity both in Israel and around the world.





## Футбольный мост

Фантастических размеров рекламный щит в виде моста разместила в Германии компания Adidas.



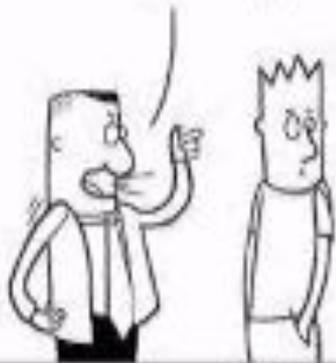
# Функции PR

## Описательный подход

*Скотт М. Катлин, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум*

- **Написание и редактирование**
- **Связи с СМК**
- **Исследования**
- **Управление и администрирование**
- **Консультирование**
- **Специальные события**
- **Устные выступления**
- **Производство**
- **Обучение**
- **Контакт (роль связующего звена)**

Что это такое?!  
Что это, я спрашиваю?!



Подумаешь,  
точку пропустили...



Пока одни говорят —  
другие делают  
Козлов Х.И.!



# Аналитический подход

*И.М.Синяева*

- *Аналитическо-прогностическая функция*
- *Организационно-технологическая функция*
- *Информационно-коммуникативная функция*
- *Коммуникативно-методическая функция*

# БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ PR

- Принцип социальной ориентации
- Принцип открытого информирования
- ✓ Правдивость информации
- ✓ Полная информированность



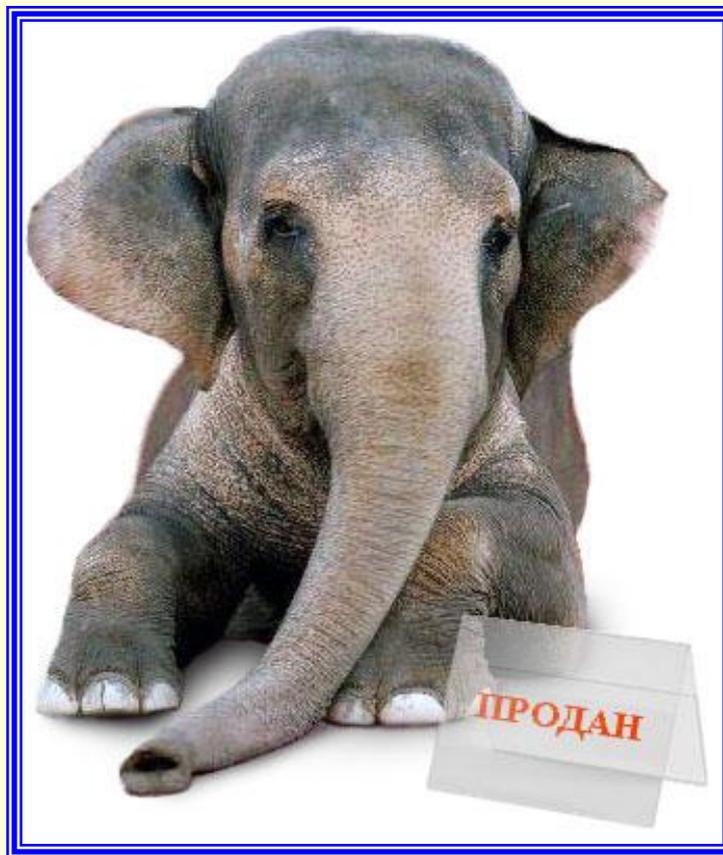
## БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ PR

- Принцип обратной связи
- Принцип коллегиальности
- Принцип научной обоснованности



## Современные тенденции развития PR

- 1) В целом – усиление роли PR в различных сферах общественной жизни. Классические рычаги управления перестают действовать.



# Презентация компании **McGRAW-HILL**

- Я не знаю, кто вы такие.
- Я не знаю вашу компанию.
- Я не знаю, что вы производите.
- Я не знаю, кого ваша компания представляет.
- Я не знаю, кто ваши клиенты.
- Я не знаю, какие у вас достижения.
- Я не знаю, какая у вашей компании репутация.
- **А теперь, так что же вы мне хотите продать?»**

**McGraw-Hill**

*"I don't know who you are.  
I don't know your company.  
I don't know your company's product.  
I don't know what your company stands for.  
I don't know your company's customers.  
I don't know your company's record.  
I don't know your company's reputation.  
Now-what was it you wanted to sell me?"*

**MORAL:** Sales start before your salesman calls-with business publication advertising.

**McGRAW-HILL MAGAZINES**  
BUSINESS • PROFESSIONAL • TECHNICAL

## Современные тенденции развития PR и рекламы

- 2) Социальная направленность. Возрастает необходимость считаться с интересами общества.



**Реклама похоронного бюро в метро.  
Надпись: подойди чуть поближе**

## Современные тенденции развития PR

- 3) Разработка комплекса мер, которые позволят контролировать развитие и применение PR.



## Современные тенденции развития PR

- 4) **Глобализация информационных потоков. Интернационализация и глобализация PR.**



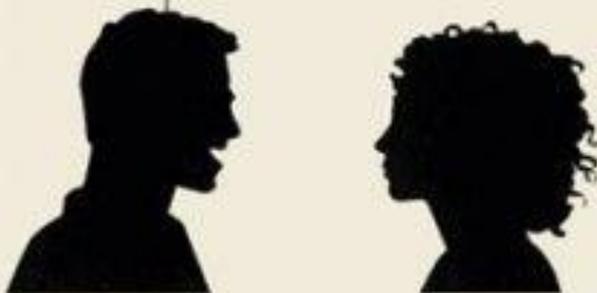
## 5) Изменение не только структуры, но и природы коммуникационного процесса, вызванное развитием Интернета (E-PR)

The infographic illustrates the evolution of social media platforms through five horizontal sections, each representing a different demographic group and a specific platform. Each section includes a title, a date of founding, the platform name, and a key feature or characteristic.

| Target Audience       | Platform      | Founding Date | Key Feature   |
|-----------------------|---------------|---------------|---|
| Молодые, да ранние... | В КОНТАКТЕ    | октябрь 2006  | Парсеры/фиды  |
| Старики и старушки... | ОДНОКЛАССНИКИ | март 2006     | Мобильный телефон                                   |
| Уютная ЖЖ-щечка...    | LIVEJOURNAL   | апрель 1999   | В ЖЖ очень много сообществ по интересам, разговоров |
| обимцы публики...     | FACEBOOK      | сентябрь 2004 | Эти же люди, которые раньше...                      |
| Быстрые и смешные...  | TWITTER       | -             | -   |

**б) Диверсификация и усложнение коммуникационных цепей. ИМК - интегрированные маркетинговые коммуникации.**

"Я прекрасный муж"



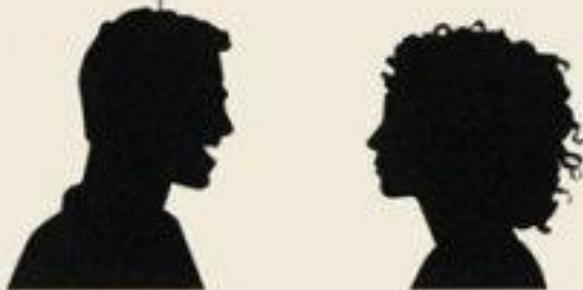
Маркетинг

"Поверь мне,  
он прекрасный муж"



PR

"Я прекрасный муж,  
я прекрасный муж,  
я прекрасный муж"



Реклама

"Я понимаю,  
что ты прекрасный муж"



Брендинг

## 7) Разнообразие PR-технологий. Креативность.



8) Тенденция к принятию собственных PR-решений.  
PR – часть стратегического менеджмента.

9) Интенсивная интеграция рынка PR- услуг.

10) Профессионализация сферы PR.

**БЛАГОДАРИЮ ЗА ВНИМАНИЕ**

